

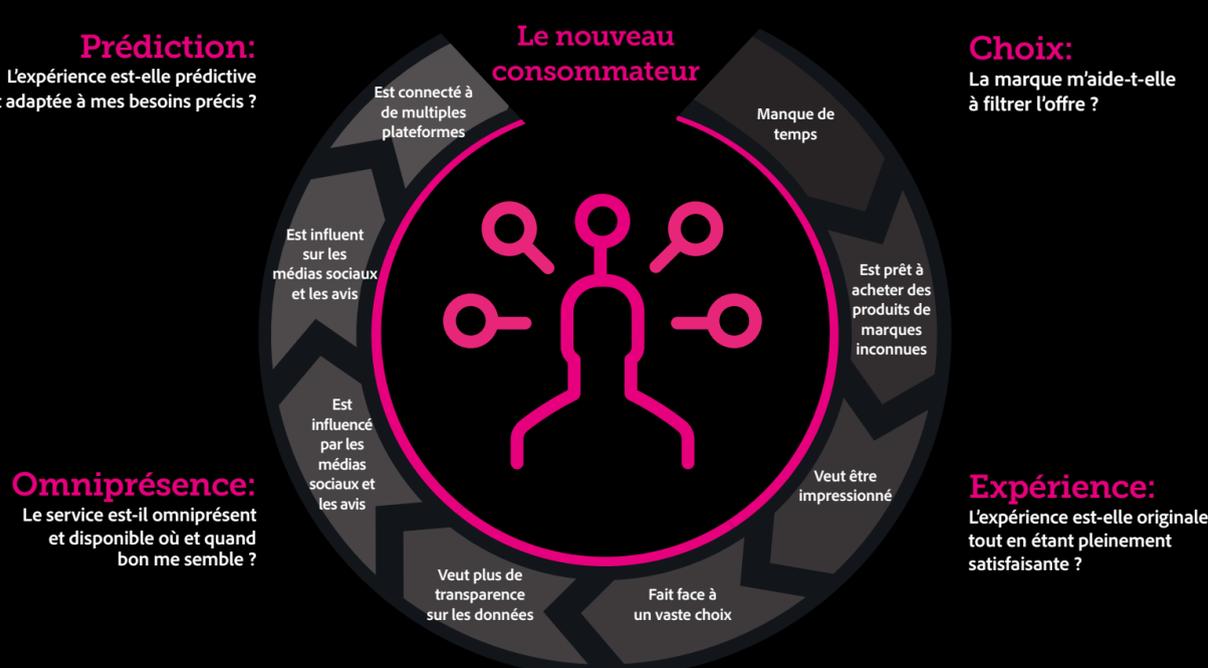
RÉINVENTER LA FIDÉLITÉ À L'ÈRE DE L'EXPÉRIENCE

La fidélité est en pleine mutation - comment les responsables marketing peuvent-ils s'adapter ?

75%

des directeurs marketing admettent être perdus face à l'évolution des consommateurs

Le nouveau framework de la fidélité client



Comment mettre à profit les nouvelles dimensions de la fidélité pour créer des expériences qui retiendront les consommateurs



S'adapter à l'évolution des consommateurs



68%

des consommateurs se disent fidèles aux marques qui personnalisent leurs expériences



63%

des directeurs marketing affirment s'adapter aux besoins de chaque client ciblé

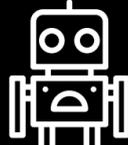


67%

des directeurs marketing estiment que l'IA a le pouvoir de rédéfinir les relations client



Adopter une approche data-driven



seuls
33%

des marques utilisent l'intelligence artificielle pour optimiser l'expérience client



37%

des directeurs marketing affirment connaître le ressenti des clients sur l'utilisation de leurs données



85%

des consommateurs souhaitent plus de transparence dans ce domaine



Simplifier la découverte et l'achat



62%

des consommateurs considèrent que la rapidité est l'aspect le plus important lors d'un achat



57%

des directeurs marketing estiment rendre les achats en ligne faciles et pratiques



seuls
47%

font en sorte que leurs services soient intégralement accessibles en ligne



Créer des expériences d'exception



83%

considèrent la force d'une marque comme un facteur critique dans le processus d'achat



39%

des consommateurs se disent prêts à acheter les produits d'une marque inconnue

Renforcez la fidélité de vos client et surpassez vos concurrents de **14%** en intégrant ces dimensions dans votre marketing de l'expérience

Devenez une entreprise créatrice d'expériences

Pour voir le rapport complet, rendez-vous sur :

<https://adobe.ly/2iE6tQt>